

Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа разработана в соответствии с Федеральным Законом от 29.12.2012 г. №273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

SMM (Social Media Marketing, в переводе с англ. «маркетинг в социальных медиа») необыкновенно популярно в наше время и одновременно мало доступно. Продвижение проектов и образовательных программ в социальных медиа входит в число инструментов, которые, с одной стороны, эффективные, простые и малозатратные, а с другой - не так активно используются профессиональными образовательными организациями. Социальные сети сегодня представляют собой некое информационное поле, которое моментально реагирует на происходящие вокруг изменения. Поэтому они подходят для того, чтобы рассказать о деятельности колледжа, о профессиях, которые могут получить учащиеся, о перспективах, которые перед ними открываются после определённых навыков.

Актуальность программы состоит в том, что изучение SMM связано с развитием целого ряда таких умений и навыков, которые носят общеинтеллектуальный характер и формирование которых – одна из приоритетных задач современной школы. Не секрет, что сейчас, большинство детей проводят своё время в социальных сетях, а значит, важно привлечь учащихся к процессу созидания, а не просто проведению времени. Поэтому не использовать действительно большие возможности SMM для развития мышления школьников, формирования многих общеучебных, общеинтеллектуальных умений и навыков было бы, наверное, неправильно.

Педагогическая значимость данной программы заключается также в том, что в ней большое внимание уделяется исследовательской деятельности, так как многие практические задачи, встающие перед учащимися, требуют грамотного и эффективного умения распределять свою работу по времени, искать свои ошибки и анализировать работу в целом. К тому же, занятия

посещают и одаренные дети и дети из семей социального риска, что положительно скажется на их воспитании, развитии, саморазвитии и самореализации.

Программа направлена на реализацию технического направления во внеурочной деятельности.

Основные принципы реализации модульность и практическая направленность, что обеспечит вариативность обучения. Содержание учебных модулей направлено на: детальное изучение SMM; реализацию межпредметных связей; организацию проектной и исследовательской деятельности обучающихся.

Адресат программы. Программа предназначена для работы с детьми среднего школьного возраста и подростками (7 -17 лет). Занятия проводятся 1 раз в неделю по 2 часа на базе общеобразовательного учреждения. Продолжительность занятия два академических часа - 80 минут.

Цель программы: Получение учащимися систематизированных знаний в области социального медиа; приобретение ими компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях

Формирование/развития знаний, умений и компетенций слушателей, обеспечивающих эффективность SMM продвижения проектов

Задачи программы:

- формирование и развитие бренда;
- знакомство с принципами и методами рекламы в социальных сетях;
- знакомство с принципами и методами таргетинга;
- приобретение навыков работы в различных социальных сетях;
- приобретение навыков работы в различных средах для создания контента;
- приобретение навыков по созданию текстов для социальных сетей;
- развитие у обучающихся интереса к работе в социальных сетях;

- формирование самостоятельности и творческого подхода к решению задач, связанных с соц. сетями и рекламой;
- воспитание упорства в достижении результата;
- расширение кругозора обучающихся в области SMM и социальных сетей;
- приобретение навыков по управлению аккаунтами, сопровождением и продвижением.

Формы организации образовательного процесса

Основной тип занятий — комбинированный, сочетающий в себе элементы теории и практики. Большинство заданий курса выполняется самостоятельно с помощью смартфона и необходимых программных средств.

Единицей учебного процесса является блок уроков (модуль). Каждый такой блок охватывает отдельную информационную технологию или её часть. Внутри блоков разбивка по времени изучения производится учителем самостоятельно, но с учётом рекомендованного календарно-тематического плана. С учётом регулярного повторения ранее изученных тем темп изучения отдельных разделов блока определяется субъективными и объективными факторами.

Каждая тема курса начинается с постановки задачи — характеристики предметной области или конкретной задачи SMM, которую предстоит изучить. С этой целью учитель проводит демонстрацию презентации или показывает продукт, а также готовые работы, выполненные в различных средах. Закрепление знаний проводится с помощью практики отработки умений самостоятельно решать поставленные задачи, соответствующих минимальному уровню планируемых результатов обучения.

Основные задания являются обязательными для выполнения всеми обучающимися в классе. Задания выполняются на смартфоне (иногда возможно компьютере) с использованием различных сред и инструментов. При этом ученики не только формируют новые теоретические и практические знания, но и приобретают новые технологические навыки.

В каждую тему курса интегрированы вопросы, связанные с теоретическими основами изучаемого раздела. Это позволяет учащимся получить более глубокое представление о принципах работы с информацией и способах автоматизации этой деятельности.

Методика обучения ориентирована на индивидуальный подход. Для того чтобы каждый ученик получил наилучший результат обучения, программой предусмотрены дополнительные задания для самостоятельной работы. Такая форма организации обучения стимулирует интерес ученика к предмету, активность и самостоятельность учащихся, способствует объективному контролю глубины и широты знаний, повышению качества усвоения материала обучающимися, позволяет педагогу получить объективную оценку выбранной им тактики и стратегии работы, методики индивидуального обучения и обучения в группе, выбора предметного содержания.

Для самостоятельной работы используются разные по уровню сложности задания, которые носят репродуктивный и творческий характер. Количество таких заданий в работе может варьироваться.

Выполнение контрольных заданий способствует активизации учебно-познавательной деятельности и ведёт к закреплению знаний, а также служит индикатором успешности образовательного процесса.

Распределение учебной нагрузки

Для организации занятий по программе «SMM» необходимо выделить 1 сдвоенный урок (2 по 40 минут) в неделю. Для лучшего усвоения материала (в случае такой необходимости) рекомендуется выделять еще 1 сдвоенный урок, проводя в течение этого времени дополнительные консультации.

Методы организации учебного процесса

При организации занятий по программе «SMM» для достижения поставленных целей и решения поставленных задач используются формы проведения занятий с активными методами обучения:

- занятие в форме проблемно-поисковой деятельности;

- занятие с использованием межпредметных связей;
- занятие в форме мозгового штурма;
- занятие в форме частично-поисковой деятельности.

Планируемые результаты освоения курса внеурочной деятельности

В результате реализации программы у обучающихся будут сформированы личностные, регулятивные, познавательные и коммуникативные универсальные учебные действия.

Личностные результаты:

- овладение начальными навыками адаптации в динамично изменяющемся и развивающемся мире;
- принятие и освоение социальной роли обучающегося, развитие мотивов внеурочной деятельности и формирование личностного смысла обучения;
- развитие самостоятельности и личной ответственности за свои поступки, в том числе в информационной деятельности, на основе представлений о нравственных нормах, социальной справедливости и свободе;
- формирование ответственного отношения к учению, способности довести до конца начатое дело аналогично завершённым творческим учебным проектам;
- формирование способности к саморазвитию и самообразованию средствами информационных технологий на основе приобретённой благодаря иллюстрированной среде программирования мотивации к обучению и познанию;
- развитие опыта участия в социально значимых проектах, повышение уровня самооценки благодаря реализованным проектам;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками в процессе образовательной,

- учебно-исследовательской и проектной деятельности, участия в конкурсах и конференциях различного уровня;
- формирование целостного мировоззрения, соответствующего современному уровню развития информационных технологий;
 - формирование осознанного позитивного отношения к другому человеку, его мнению, результату его деятельности;
 - формирование установки на безопасный, здоровый образ жизни, наличие мотивации к творческому труду, работе на результат, бережному отношению к материальным и духовным ценностям.

Предметные результаты:

- формирование представлений об основных предметных понятиях («SMM», «таргетинг», «контент», «продвижение») и их свойствах;
- развитие логических способностей, формирование бренда и понимание аудитории и их потребностей;
- умение создавать различные виды контента: текстовый, фото и видео;
- навыки и опыт работы в различных средах обработки текстовой, фото и видео информации;
- умение использовать инструменты продвижения;
- умение разрабатывать и использовать контент-планы для различных брендов;
- формирование понятий о авторском праве, лицензировании;
- формирование представлений о таргетинге и SEO;
- формирование умения соблюдать нормы информационной этики и права.

Метапредметные результаты:

- формирование умения планировать, контролировать и оценивать действия в соответствии с поставленной задачей и условиями ее реализации; определять наиболее эффективные способы достижения результата;

- умение самостоятельно ставить и формулировать для себя новые задачи, развивать мотивы своей познавательной деятельности;
- умение самостоятельно планировать пути решения поставленной проблемы для получения эффективного результата; понимание, что в программировании длинная программа не всегда лучшая;
- умение критически оценивать правильность решения учебно-исследовательской задачи;
- владение основами самоконтроля, способность к принятию решений;
- формирование и развитие компетентности в области использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ-компетенция);
- умение организовывать учебное сотрудничество и совместную деятельность с учителем и сверстниками в процессе проектной и учебно-исследовательской деятельности.

Формы контроля и аттестации

Для полноценной реализации данной программы используются разные виды контроля:

Текущий: осуществляется посредством наблюдения за деятельностью ребенка в процессе занятий, устный опрос, практические работы, участие в проектной деятельности;

Промежуточный: выполнение итогового проекта.

Требования к результатам выполнения индивидуального проекта:

- умение планировать и осуществлять проектную и исследовательскую деятельность;
- способность презентовать достигнутые результаты, включая умение определять приоритеты целей с учетом ценностей и жизненных планов;
- самостоятельно реализовывать, контролировать и осуществлять коррекцию своей деятельности на основе предварительного планирования;
- способность использовать доступные ресурсы для достижения целей;

- осуществлять выбор конструктивных стратегий в трудных ситуациях;
- способность создавать продукты своей деятельности, востребованные обществом, обладающие выраженными потребительскими свойствами;
- сформированность умений использовать все необходимое многообразие информации и полученных в результате обучения знаний, умений и компетенций для целеполагания, планирования и выполнения индивидуального проекта.

Оценка, оформление и анализ результатов промежуточной аттестации.

Для определения уровня обученности учащихся по дополнительной общеразвивающей программе используется система оценивания подготовки учащихся. Теоретическая и практическая подготовка проверяется через выполнение **практических работ** (приложение) и фиксируется в оценочном листе

Оценочный лист практических работ

№	Ф.И. учащегося	Работа выполнена самостоятельно	Сдана в срок	Проходят тесты	Работа выполнена с учетом требований	Кол-во баллов	Результат
1	Иванов И.	2	2	4	2	10	Высокий

Высокий уровень – 75% выше;

Базовый уровень – 50-74%;

Средний уровень – ниже 49% б;

По итогам года выполняется творческий проект, в рамках текущего контроля 25 мая, защита которого осуществляется по нескольким уровням.

При этом выставляются баллы в соответствии со шкалой:

внутригрупповой уровень - начальный уровень (1б),

школьный уровень - базовый уровень (2б),

муниципальный – высокий уровень (3 б.),

Результаты участия учащихся в мероприятиях областного и выше уровней могут быть засчитаны как промежуточная аттестация.

**Протокол
результатов промежуточной аттестации обучающихся по
дополнительным общеобразовательным общеразвивающим
программам
МБОУ СШ №9 с углубленным изучением отдельных предметов
г.Павлово**

20___/20___ учебный год

Объединение: _____

Год обучения _____

ФИО педагога _____

Дата проведения аттестации _____

Форма проведения _____

Форма оценки результатов аттестации: уровень (высокий, средний, базовый)

№ п/п	Ф.И.О. учащегося	Теоретическая подготовка	Практическая подготовка	Результат
				Уровень аттестации
1.	Иванов И.	Высокий	Высокий	высокий

Уровень аттестации учащегося: высокий, базовый, низкий

Учебный план программы

Всего часов	В том числе теория	В том числе практика	Форма текущего контроля
68	30	38	<i>Теоретическая часть:</i> творческое задание, опрос, тесты. <i>Практическая часть:</i> создание различного контента, создание продвижений и готового пакета для таргетинга, участие в школьных и районных мероприятиях, конкурсах, фестивалях

Рабочая программа курса

№ п/п	Содержание (тема занятия)	Количество часов			Форма контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	Социальные сети. Виды и классификация	2	1	1	Практическая работа
2.	Личный бренд	2	1	1	Практическая работа
3.	Миссия как способ продвижения	2	1	1	Практическая работа
4.	Целевая аудитория	2	1	1	Практическая работа
5.	Контент план	6	2	4	Практическая работа
6.	Контент. Тексты	10	5	5	Практическая работа
7.	Контент. Фото	10	4	6	Практическая работа
8.	Контент. Видео	10	4	6	Практическая работа
9.	Инструменты	12	4	8	Практическая работа
10.	Реклама и продвижение	6	4	2	
11.	Таргетинг	4	3	1	Практическая работа
12.	Промежуточная аттестация. Защита собственного проекта	2		2	

Содержание программы

Тема 1. Социальные сети. Виды и классификация - 2 часа.

Понятие социальных сетей. Текстовые, видео, фото социальные сети.
Классификация социальных сетей

Тема 2. Личный бренд - 2 часа.

Что такое «личный бренд». Формирование бренда

Тема 3. Миссия как способ продвижения – 2 часа.

Виды миссий. Продвижение с помощью миссии. Формирование миссии.

Тема 4. Целевая аудитория - 2 часа.

Понятие целевой аудитории (ЦА). Выбор своей ЦА.

Тема 5. Контент – 36 часов.

Что такое контент план. Правила формирования. Способы создания.
Работа по контент план. Создание и правила написания текстов. Программы для работы с текстом. Правила оформления фото-контента. Авторские права.
Программы для создания фото-контента. Цветовые схемы в фото-контенте.

Правила оформления видео-контента. Программы для создания видео-контента.

Тема 6. Инструменты – 12 часов.

Обзор программных средств для создания различных видов контента. Работы с текстовыми инструментами. Ссылки и боты. Taplink. Работа в мессенджерах. Инструменты для обработки фото на смартфоне и ПК. Шаблоны и пресеты. Инструменты для обработки видео на смартфоне и ПК. Фильтры.

Тема 7. Реклама и таргет - 10 часа.

Понятие рекламы. Виды рекламы. Способы распространения рекламы. Продвижение. Разница между рекламой и продвижением. Бесплатные способы рекламы и продвижения. создание рекламы. Соцдание продвижения. Понятие таргетинга. Отличие таргетинга от рекламы. Набор тегов для таргетинга в зависимости от ЦА. Создание таргетинга.

Материально-технические условия

ПК, смартфон, глобальная сеть, интерактивная доска.

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Список литературы:

Литература для педагога:

1. Максим Ильяхов, Людмила Сарычва, «Пиши и сокращай», Альпина Паблишер, 2020
2. Евгения Крюкова, Денис Савлельев, «100+ хаков для интернет-маркетологов», Альпина Паблишер, 2019
3. Рождер Дули «Нейромаркетинг», Попурри, 2019.
4. Патрик Ренвуазе, Кристоф Морен, «Тренинг по нейромаркетингу», Эксмо, 2019г.

Литература для учащихся:

1. Максим Ильяхов, Людмила Сарычева, «Пиши и сокращай», Альпина Паблишер, 2020
2. Остин Клеон, «Кради как художник», Манн, Иванов и Фербер, 2019.

Список рекомендуемых Интернет-ресурсов:

1. <http://phys.bspu.unibel.by/static/um/inf/prg/sem1/reshebnik/main.htm>
2. <http://pythontutor.ru/>
3. <https://sites.google.com/site/pythonpavlovo/>
4. <https://pythonworld.ru/>
5. <https://tproger.ru/tag/python/>

Приложение

Перечень практических работ

1. Описание своего бренда
2. Миссия
3. Обоснование выбор ЦА
4. Контент план на 2 недели
5. Тексты согласно контент плану
6. Набор фото под контент план
7. Набор видео под контент план
8. Обработанные фото и видео
9. Реклама (черновик продвижения)
10. Таргетинг личного бренда